



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR
Facultad de Ciencias Económicas

Comercio Electrónico en Internet
Aspectos Impositivos

Profesor a cargo
de la tutoría:
Dr. Rubén Oscar Pantanali

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR
Germán Federico Fink
Nro. Registro: 967.185
Año 2000



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR
Facultad de Ciencias Económicas

Comercio Electrónico en Internet
Aspectos Impositivos



Germán Federico Fink

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Indice

Objetivos	4
------------------	----------

Desarrollo	5
-------------------	----------

Capítulo 1

Introducción	8
---------------------	----------

Una primera aproximación al tema	8
----------------------------------	---

Antecedentes	9
--------------	---

Características del comercio electrónico	12
--	----

Comercio electrónico tradicional y comercio electrónico a través de Internet	15
--	----

Cuadro comparativo	15
--------------------	----

El mercado detrás de Internet	16
-------------------------------	----

Aspectos clave	17
----------------	----

El comercio electrónico en Argentina	18
--------------------------------------	----

Artículo periodístico	20
-----------------------	----

Implicancias impositivas	21
--------------------------	----

Capítulo 2

El problema que se presenta	24
------------------------------------	-----------

Introducción	24
--------------	----

Inexistencia de normas específicas: evasión	24
---	----

Determinación de la jurisdicción	27
----------------------------------	----

El concepto de "fuente"	29
-------------------------	----

Las partes intervinientes en las operaciones	31
--	----

La información sobre las operaciones	31
--------------------------------------	----

Los mecanismos de recaudación	32
-------------------------------	----

Los precios de transferencia en la red	33
--	----

Capítulo 3

Normas generales aplicables	35
------------------------------------	-----------

Las normas vigentes en Argentina	35
----------------------------------	----

Avances en materia de política tributaria	37
---	----

1. Recomendaciones en materia de política tributaria.	37
---	----

2. Recomendaciones en materia de administración tributaria.	38
---	----

3. Recomendaciones en materia aduanera.	38
Principios fiscales fundamentales	39
El principio de Neutralidad	40
Necesidad de cooperación internacional	42
La identificación de las partes	43
<i>Los números de IP</i>	44
<i>Los "certificados digitales"</i>	44
La firma digital	45
Beneficios de la firma digital	48
Otros aspectos referidos a la firma digital	49
Proyecto de ley	51
Integridad y veracidad de los datos	53

Capítulo 4

<i>Nuevos mecanismos de pago</i>	54
Dinero electrónico	54
Sistemas de débito y crédito electrónico	57
Sistemas contables y no contables	57
Registros de flujo de dinero	58
Libros y registros	59
Los "viejos" sistemas basados en Tarjetas	60

Capítulo 5

<i>Tratamientos Impositivos</i>	63
<i>Impuesto a las Ganancias</i>	63
El principio de residencia – concepto de "establecimiento estable"	63
Principio de fuente	65
Exportación de productos	66
Importación de productos	67
Prestaciones o locaciones de servicios	67
La entrega o "delivery" de los productos	70
<i>Impuesto al Valor Agregado</i>	71
Tratamiento a dar a los bienes	71
Trasmisión de software	73
Transmisión de información digitalizada	74
Transferencia de información técnica	74
Locación de servicios – casos particulares	74
Impuesto específico sobre los bits ("Bit Tax")	75
Registración	76

Las “imprentas virtuales”	77
Importancia de identificar a las partes	77
Impuestos al consumo	78
<i>Tratados Impositivos</i>	79
<i>Glosario de términos</i>	81
<i>Conclusiones</i>	85

ANEXO I – Estadísticas sobre comercio electrónico en Argentina

Internet en Argentina	89
Hogares con acceso a Internet	90
El mercado de Internet	91
Localización de los sitios de venta online	92
Comercio electrónico por producto	93
Descripción de las categorías	94
Formas de pago	95
Frecuencia de las operaciones de comercio electrónico por usuario	96
Ventajas de comprar por Internet	97
Desventajas de comprar por Internet	98
Vender sólo en Internet	99
Áreas de entrega	100
Productos físicos y virtuales	101

ANEXO II – El proceso de venta a través de Internet. Caso práctico.

Proceso de la venta electrónica	103
1) Servicios Pre-venta (o de Apoyo a la Venta)	103
2) Proceso de Selección/Pedido	104
3) Procesamiento del Pago	105
4) Entrega y logística	107
5) Seguimiento de la orden y servicios Post-venta	108
Un caso práctico: Amazon.com	110
<i>Bibliografía y otras fuentes de información</i>	112
Bibliografía complementaria	115

Objetivos

Mediante el siguiente trabajo propongo:

- Comprender qué es el comercio electrónico en Internet.
- Analizar los problemas tributarios que surgen del mismo.
- Plantear posibles soluciones y analizarlas.
- Evaluar las posibilidades que brindan los avances tecnológicos para el control fiscal del mismo.
- Analizar el tratamiento a dar en el caso del Impuesto a las Ganancias y del Impuesto al Valor Agregado.



Desarrollo

En el primer capítulo del presente trabajo se desarrollará una introducción sobre el tema, tratando principalmente los antecedentes, características y modalidades del comercio electrónico. Esta introducción resulta muy interesante para entender el significado del mismo y de esta forma poder elaborar una definición acerca de qué es específicamente el *comercio electrónico en Internet*, cuáles son sus ventajas y sus aplicaciones; además de su creciente desarrollo en Argentina, lo cual lo convierte en la modalidad comercial que debemos conocer y dominar. Seguidamente, y cerrando el capítulo, se presenta un primer esbozo acerca de las implicancias impositivas que el mismo trae, lo cual permite que el lector comience a familiarizarse con el tema, para poder así comenzar la lectura de los capítulos siguientes, que tratan específicamente el tema.

A continuación, en el capítulo 2, se detallan los problemas que presenta el e-commerce en cuanto a sus aspectos impositivos. Teniendo en cuenta que su nacimiento data de unos pocos años, la normativa sobre el tema es prácticamente nula, lo cual crea un vacío legal que provoca problemas en la fiscalización de este tipo de operaciones.

Entre los temas a tratar se encuentran:

- la inexistencia de normas específicas de regulación,
- la dificultad en la identificación de las partes,
- la determinación de la jurisdicción.

De esta forma el segundo capítulo marca específicamente los inconvenientes en materia tributaria que se presentan, dejando así abierto el camino para encontrar una solución viable a los mismos.

En el tercer capítulo se encuentran planteadas las normas generales aplicables para solucionar los inconvenientes tratados precedentemente, teniendo en cuenta los avances en política tributaria sobre el tema, planteados sobre la base de los informes publicados por el Grupo de Trabajo sobre comercio electrónico y comercio exterior y la Subsecretaría de Política Tributaria, y los principios fiscales fundamentales. Dentro de los principios señalados cobra gran

importancia el principio de “neutralidad”, que establece la gravabilidad de las operaciones independientemente de la forma en que se realicen las mismas. Asimismo, se analizarán los adelantos tecnológicos que facilitarán el control de las operaciones por parte del fisco, analizando en particular la firma digital y los mecanismos de identificación de las partes intervinientes en las operaciones comerciales.

En el capítulo siguiente se examinan los nuevos medio de pago utilizados para las transacciones virtuales. En particular se tendrá en cuenta al dinero electrónico y a los sistemas de débito y crédito electrónicos, considerando las ventajas que los mismos pueden aportar al control por parte del organismo recaudador. El análisis de los mismos se desprende de un informe del Departamento del Tesoro (Department of the Treasury), que indica la conveniencia de utilizar los sistemas contables, atento a que permiten mantener el control del camino que llevan las transacciones y por lo tanto es factible identificar a la persona a quién se le ha enviado el dinero, facilitando la fiscalización de las operaciones por parte del fisco.

Para cerrar el análisis realizado en el presente trabajo, en el capítulo 5 se tendrá en cuenta el tratamiento a dar a las operaciones en relación al Impuesto a las Ganancias y al Impuesto al Valor Agregado en particular. Para ambos impuestos se detallará el tratamiento a dar según el objeto de la operación y además se tratarán temas concernientes específicamente a cada uno de ellos:

- En el caso del Impuesto a las Ganancias: la aplicabilidad del principio de “fuente”, la importación y exportación de productos y el concepto de “establecimiento permanente” entre los principales puntos a considerar
- Y en el caso del I.V.A.: cómo debe considerarse a los bienes que se comercian electrónicamente, la transmisión de software e información por vía digital y el Bit Tax, o impuesto sobre los bits y su potencial aplicación.

Por último se presentan dos anexos, los cuales entiendo le aportan al trabajo información adicional que no fue presentada en el desarrollo del mismo pero que brindan algunos datos sobre el cibercomercio que resultan de gran interés.

De este modo, en el *Anexo I* se presenta información estadística sobre el desarrollo de Internet, y más específicamente del comercio electrónico en Argentina, para que el lector comprenda la magnitud y el crecimiento del mismo en nuestro país.

En el *Anexo II* se especifica cómo es el proceso de venta electrónica desde el punto de vista del vendedor. Además se toma en cuenta un caso práctico que ilustra este proceso basado en la empresa norteamericana “Amazon.com”, especialista en la venta de libros y compact disc vía Internet.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

Una primera aproximación al tema

El término “comercio” deriva del latín *commercium*, compuesto por *cum* y *merx-mercis*, o sea mercancías. Originalmente los dos términos eran utilizados junto al verbo *facere*, que se refería a la actividad humana dirigida a la obtención de algún resultado. Así, “*facere cum merce*” indicaba la actividad humana que contribuía al cambio de las situaciones a través del uso de mercancías.

Por lo tanto, y de manera simplificada, se puede definir al “comercio” como el intercambio de bienes y servicios, ideas y conocimientos.

El comercio electrónico constituye un desarrollo de aquel comercio tal como se lo entendía en la antigüedad. En él existen funciones automatizadas provenientes de naturaleza variada. Esta modalidad comercial forma parte de los nuevos fenómenos que ponen de manifiesto la entrada de nuestra sociedad en lo que el Dr. Antonio Millé llama “la sociedad de la información”¹. Este fenómeno ha sido suscitado por la presencia de diferentes circunstancias, entre las cuales sobresale el agudo proceso de informatización que ha sufrido la sociedad y que ha alcanzado a todos sus niveles en mayor o menor medida. Esto implica, por un lado, la presencia de sistemas de procesamiento de datos prácticamente a lo largo de todas las estructuras económicas del mundo y en gran cantidad de hogares y, por otro lado, el aumento de la capacidad de estos sistemas para reflejar, en un código único, archivos que contienen grandes cantidades de información de distinta naturaleza.

En general, en un plazo no muy largo, toda la información del mundo se digitalizará. Como consecuencia de esto, archivos de cualquier clase estarán

¹ “El fenómeno del comercio electrónico y sus diferentes formas jurídicas”, página 36

viajando a lo largo del mundo por los sistemas de comunicaciones y por ende podrán ser compartidos por la totalidad de los sistemas del mundo idóneos para procesar datos. Es así, que por la misma pantalla por la que uno puede ver un programa de entretenimientos, salen las cotizaciones de la Bolsa de Nueva York o entra a un supermercado el pedido de una compra hecha a través de Internet.

Luego de un primer análisis se puede definir al comercio electrónico de la siguiente manera:

El comercio electrónico es aquel que no se practica cara a cara, ni mano a mano sino a través de sistemas de procesamiento de datos y sistemas de comunicaciones.

Antecedentes

La experiencia más antigua que tiene el mundo sobre comercio electrónico es lo que tradicionalmente se llamó “E.D.I.” (sigla que en idioma inglés hace referencia a: “Electronic Information Interchange”), también conocido bajo el nombre de “comercio electrónico interorganizacional” o “comercio electrónico entre organizaciones”.

El E.D.I. consistía en programar sistemas de procesamiento de datos de tal manera que una computadora de una organización, ya sea estatal o comercial, pueda emitir órdenes relacionadas con el comercio, destinadas a otra computadora que actúe dentro de ese sistema.

En el comercio, el E.D.I. se muestra sumamente eficiente. Todas las grandes tiendas y supermercados usan este sistema en los países más adelantados. Pero a diferencia del comercio electrónico a través de Internet, sólo las empresas que estén unidas al sistema podrán comerciar a través del mismo. No es un sistema abierto, por lo cual se refiere a un mercado limitado por el número de empresas intervinientes.

La informática de principio de la década de 1980 solamente posibilitaba este tipo de operaciones a organizaciones empresarias de cierto volumen, que eran las que contaban con los recursos para adquirir y mantener computadoras capaces de realizar estos complejos procesos y quedar conectados en línea mediante comunicaciones durante un tiempo prolongado.

Una característica relevante del E.D.I. es que los datos comunicados se estructuran en formatos normalizados, lo que permitía intercambiarlos y procesarlos en la terminal receptora sin necesidad de teclearlos nuevamente y, como se han adoptado normas internacionales que se están utilizando en la arquitectura de las redes informáticas y en los formatos de los mensajes, se pueden transmitir los datos con independencia de cuáles son los equipos o los programas utilizados en cada extremo de la transmisión.

Otro rasgo característico del E.D.I. es que por un costo insignificante se puede tener la certeza acerca de si el mensaje fue recibido; y a un costo algo mayor -originado en el procesamiento de un mayor número de datos por computadora- es posible verificar que fue recibido sin errores de comunicación. A un costo más elevado aún, se pueden implementar técnicas de cifrado; que en una sola operación permiten no sólo comprobar que el mensaje no fue alterado sino también establecer la identidad inequívoca del remitente.

De modo que el empleo del "acuse de recibo funcional" es una decisión comercial que deben tomar los usuarios del E.D.I. Esta decisión implica abarcar toda una gama de procedimientos, que van desde el simple accuse de recibo de un mensaje no individualizado a la manifestación de acuerdo con el contenido de un mensaje de datos determinado. Los acuses de recibo pueden exigirse en diversos tipos de instrumentos, en los mismos mensajes de datos o en acuerdos sobre comunicaciones bilaterales o multilaterales. Obviamente, la variedad de procedimientos posible se refleja en la diferencia de costos.

Nada impide que se den situaciones en las que la información digitalizada, originalmente despachada en la forma de un mensaje E.D.I. normalizado en algún punto de la cadena de comunicaciones entre el emisor y el destinatario, se emita